

**POLA KOMUNIKASI PENGGUNA SOSIAL MEDIA PATH**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path di**  
**Kalangan Mahasiswa)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**ARNOLD GIOVANNI PINEM**

**10 09 03970/ KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

**POLA KOMUNIKASI PENGGUNA SOSIAL MEDIA PATH  
(Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path di  
Kalangan Mahasiswa)**

Arnold Giovanni Pinem / Desideria Cempaka Wijaya Murti S.Sos.,MA.  
Program Studi Komunikasi  
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No.6 Yogyakarta 55281

**ABSTRAK**

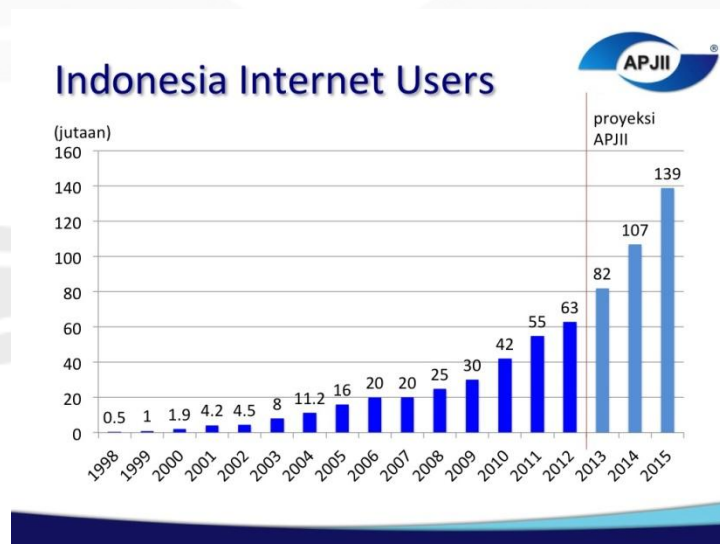
Internet merupakan jaringan besar di seluruh dunia yang saling berhubungan yang memungkinkan transfer elektronik. Melalui *new media* ini, manusia yang tersebar di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lainnya. Ketika komunikasi tidak memungkinkan untuk bertatap muka, internet hadir sebagai *interactive media*. Berkat teknologi ini, menjadikan proses komunikasi sebagai media perantara antar manusia. Melalui perkembangannya, internet dapat dijangkau melalui *gadget*, seperti tablet maupun *smartphone* yang dapat mudah dibawa dan digunakan kapan pun dan di mana pun. Dalam *gadget* pun terdapat berbagai aplikasi, khususnya dalam penelitian ini, yakni mengenai sosial media Path. Penelitian ini ingin mengetahui pola komunikasi bagi para penggunanya, dalam hal ini yaitu mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang telah dilaksanakan dua kali, peneliti memperoleh data. Terdapat lima pola komunikasi pengguna Path, yaitu pada Pola 1: *Status*, *Caption*, dan Bahasa, yaitu untuk mempertegas pemaknaan pesan yang disampaikan oleh pengguna Path. Kemudian Pola 2: Ajang Eksistensi Diri, adalah yang melatarbelakangi pengguna Path untuk memunculkan dirinya melalui pesan yang disampaikan melalui *status*. Selanjutnya adalah Pola 3: Fasilitas *Chat* di Path Sebagai Pilihan Alternatif, yaitu cara yang dapat dipilih oleh pengguna Path dalam menyampaikan pesan. Lalu Pola 4: Referensi Tentang Informasi Tempat dan Musik, yang dapat digunakan para pengguna Path untuk dapat dijadikan sumber referensi mengenai tempat dan musik. Serta Pola 5: Acuan Bahan Diskusi di Dunia Nyata.

**KATA KUNCI:** *Internet, Sosial Media Path, Pola Komunikasi*

## 1. Latar Belakang

Internet yang selain memungkinkan untuk transformasi elektronik, yang disebut dengan *new media*, juga dapat menghubungkan manusia diseluruh dunia, yaitu dalam proses interaksi. Itu sebabnya, proses interaksi melalui teknologi dengan media internet disebut dengan *intetactive media*. Hal tersebut juga menjadikan perkembangan bagi proses komunikasi yang memungkinkan proses tersebut tidak selalu melalui tatap muka. Kegunaan utama internet seperti halnya ARPANET, yaitu mengirim pesan *email* dalam bahasa ‘sesungguhnya’ antara seseorang dengan lainnya (Burke,2000, h.380). Adapun tercantum grafik penggunaan internet indonesia yang bersumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di bawah ini:



Gambar 1. Grafik Pengguna Internet Indonesia (APJII)

Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

Peneliti mengambil contoh jumlah pengguna internet di Indonesia yang dimulai tahun 2009, dan terjadi peningkatan ditahun 2010 sampai 2012. Kemudian proyeksi yang terjadi peningkatan pada tahun 2013-2015. *Media online*

yang memiliki manfaat antara lain adalah sebagai sarana untuk menambah pergaulan atau sarana sosialisasi melalui berbagai forum dan jejaring sosial, dan sebagai alat promosi bagi pebisnis *online* yang tanpa harus memiliki toko yang dibangun secara fisik. Bagi remaja, internet digunakan untuk pengunggahan berbagai kegiatan, aktivitas serta foto-foto pribadi, pengekspresian perasaan maupun pemikiran yang bersifat pribadi, berinteraksi dengan orang lain melalui dunia maya dengan menggunakan *e-mail*, *chatting*, sosial media, permainan *game online*, dan akses iklan berupa produk dan iklan layanan (diskominfo.jabarprov.go.id, 2013).

Perkembangan internet juga dapat dijangkau melalui *gadget*, seperti *tablet* maupun *smartphone* dengan sistem operasi yang tersedia di dalamnya, yaitu Symbian, Android, maupun Mac OS. Teknologi pula yang menjadikan pergeseran gaya hidup masyarakat Indonesia yang ketergantungan pada akses internet. Hal tersebut dikarenakan berbagai fitur yang tersedia dan bisa didapatkan secara gratis, serta proses sosialisasi melalui sosial media.

Artikel dari *website* bixbux.com menjelaskan mengenai asumsi perkembangan internet yang mempengaruhi pertumbuhan masyarakat online di Indonesia dikarenakan oleh *smartphone*.

“Prediksi eMarketer mengatakan smart phone ini akan memiliki 23% dari total keseluruhan pemakai ponsel di seluruh Indonesia pada awal tahun 2014. (bixbux.com, para. 4)

... Penyebaran ponsel pintar akan diperkirakan naik sebanyak 47% pada tahun 2016 dengan total pengguna sebanyak 87,4 juta orang... (bixbux.com, para. 5)

Diperkirakan tren dalam penggunaan ponsel pintar ini akan terus berjalan. Yahoo dan TNS global mengatakan bahwa pengguna internet mobile di Indonesia sebanyak 86% akan memakai fitur telepon saja, 20% akan menggunakan smart phone dan 7% akan menggunakan tablet.” (bixbux.com, para. 6)

Melalui *gadget* tersebut memungkinkan penggunaanya untuk mengunduh berbagai aplikasi yang diinginkan ketika tersambung dengan jaringan internet. Aplikasi yang bisa didapatkan salah satunya mengenai jejaring sosial. Kemudian dalam penelitian ini akan mengangkat aplikasi mengenai sosial media Path yang dapat diunduh secara gratis melalui *gadget* penggunaanya. Awal mula berdiri, Path ini dimotori oleh Dave Morin, Shawn Fanning, dan Dustin Mierau, dan perusahaan ini berlokasi di San Fransisco, USA (*techno.okezone.com*, 2013). Path

digunakan untuk berbagi foto dan pesan kepada para pengguna lainnya. Perbedaan dengan aplikasi media sosial lainnya, yaitu kemungkinan mengakses *profile* antar pengguna Path ketika antara dua belah pihak sudah saling berteman atau disetujui oleh akun Path penggunanya. Sehingga privasi masih dapat terjaga.

Beberapa fitur yang dimiliki Path, antara lain dapat membuat *profile*-nya sendiri, pengunggahan foto maupun video, lokasi dimana pengguna saat itu berada, meng-*update* status serta komentar, berbagi film, musik, serta buku kepada pengguna lainnya. Path juga menyediakan tombol tidur, di mana ketika tombol tersebut diaktifkan, maka pengguna tidak dapat mengakses halamannya, dan yang terakhir adalah kemudahan para penggunanya untuk saling mengirimkan pesan kepada pengguna Path lainnya (chip.co.id, 2012).

Terdapat beberapa contoh penelitian sebelumnya yang terkait dengan pola komunikasi, antara lain berjudul “Pola Perilaku Komunikasi dalam *Game Online Audition Ayo Dance*-Studi Etnografi pada Pemain *Game Online Ayo Dance* yang kecanduan di Kota Malang” oleh Fendy Gunawan (2013). Penelitian tersebut menghasilkan perbedaan perilaku komunikasi yang bervariasi antara pemain *Ayo Dance* yang kecanduan karena intensitas bermain yang tinggi dengan perilaku komunikasi pada pemain *Ayo Dance* yang tidak kecanduan.

Penelitian kedua berjudul “Perilaku Komunikasi Terpidana Kelompok Terorisme” oleh Muhammad Kharil (2012). Penelitian ini melihat proses komunikasi terpidana dengan cara dengan perilaku verbal, yaitu dilihat dari sisi identitas diri, interaksi dan dialog, dialektika retorik, dan transformasi ideologi. Selain itu juga dengan cara non verbal, yaitu penggunaan celana di atas mata kaki, penggunaan kopiah, memanjangkan jenggot, dan aroma parfum.

Penelitian ketiga berjudul “Jenis Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Perokok Aktif di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara” oleh Hendri Gunawan (2013). Terdapat tiga pola dalam penelitian ini, yaitu *Authoritarian*. Merupakan sikap otoriter dari orang tua, dan terjadi komunikasi hanya satu arah dari orang tua yang menjadi komunikator, dan anak menjadi komunikan. Kedua adalah *Permissive* yang menjelaskan adanya kebebasan berlebih pada anak dalam pengambilan keputusan. Sehingga orang tua

kurang mengontrol, dan mengakibatkan seorang anak kehilangan sosok panutan. Ketiga yaitu *Authoritative*, yaitu terjadi komunikasi interpersonal antara anak dan orang tua. Sehingga sama-sama mendapat timbal balik positif.

Topik pada penelitian ini adalah Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path yang ingin melihat perbandingan pola komunikasi yang dilakukan kumpulan kelompok pengguna Path yang berbeda, dan pada individu pengguna Path yang tanpa memiliki kelompok. Penelitian ini mengambil fokus objek penelitian yakni para mahasiswa atau pemuda. Menurut data dari *website* [www.marketingmagazine.co.uk](http://www.marketingmagazine.co.uk) (2013), menjabarkan intensitas pemuda menggunakan media sosial sebanyak 78%, dan 64% dari mereka merasakan bahwa berbagai rekan mereka menyampaikan banyak informasi dalam media sosial.

Melalui *website* [www.unesco.org](http://www.unesco.org) (n.d) menjabarkan tentang pemuda daengan kelompok usia sedang menempuh pendidikan maupun pekerjaan yaitu antara 15-23 tahun. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pemuda dengan profesi mahasiswa dengan *range* usia antara 19-29 tahun.

## **2. Tujuan**

- Mengetahui pola komunikasi sosial media Path

## **3. Hasil dan Analisis**

### **a. Hasil**

Peneliti menggunakan subjek penelitian pemuda dan mahasiswa sebagai informan yang dibagi dalam dua tahap FGD. Tahap pertama adalah pemuda dan mahasiswa yang terdiri dari sekelompok orang yang tergabung dalam satu perkumpulan UKM Paduan Suara Mahasiswa Universitas Atma Jaya (PSM UAJY) yang berjumlah lima orang yang dipaparkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Informan FGD tahap 1

No	Nama Panggilan	Universitas	Jumlah Teman Path	Lama penggunaan Path
1.	RA	UAJY	81	11 Bulan

2.	DE	UAJY	140	1 Tahun
3.	SA	UAJY	206	1 Tahun 6 Bulan
4.	CA	UAJY	260	7 Bulan
5.	ED	UAJY	180	1 Tahun

Penelitian kedua, peneliti melakukan FGD kepada mahasiswa yang kuliah pada universitas yang berbeda berjumlah tiga orang yang dipaparkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Informan FGD tahap 2

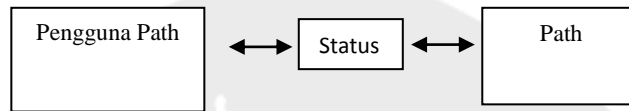
No	Nama Panggilan	Universitas	Jumlah Teman Path	Lama penggunaan Path
1.	FA	UII	109	11 Bulan
2.	NA	UII	72	10 Bulan
3.	IC	UGM	160	1 Tahun

Melalui penelitian yang dilakukan dua tahap, peneliti menggolongkan hasil penelitian melalui beberapa deskripsi, antara lain:

1. Deskripsi Pola 1: Status, Caption, dan Bahasa

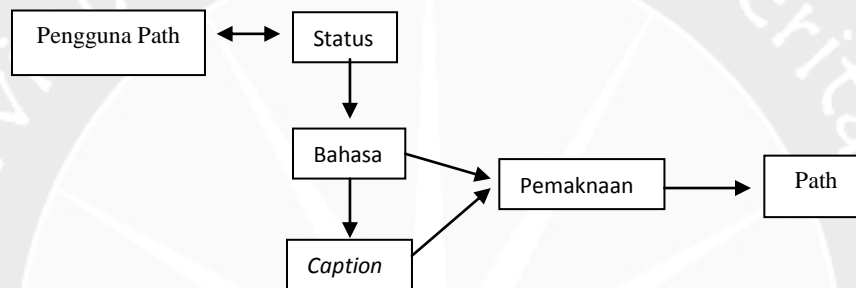
Pada deskripsi pola 1, peneliti menggunakan sub judul, yaitu *Status*, *Caption*, dan Bahasa. Hal ini dapat dijelaskan bahwa komunikasi diawali oleh pengguna Path yang melakukan *posting status* melalui sosial media Path. Para pengguna Path memiliki cara untuk menyampaikan *status*, yaitu dengan menambahkan *caption* dengan penggunaan bahasa yang disampaikan. Adapun gambar pola 1 dan

penjelasan yang terkait dengan hasil temuan mengenai pola 1 dapat dilihat di bawah ini:



Kemudian peneliti mengembangkan pola aplikatif untuk melihat fenomena Path yang terletak pada bagan di bawah ini:

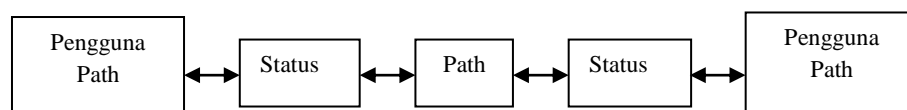
Gambar 2. Pengembangan *Mind Map* 1



Pola komunikasi aplikatif dari pola 1 di atas ingin menggambarkan bahwa komunikasi yang disampaikan, yaitu berupa *status*, pertama kali dilakukan oleh pengguna Path, kemudian tersalurkan melalui *status* itu sendiri. *Status* tersebut dituliskan dengan cara pembahasaan dan melalui *caption*. Melalui bahasa dan *caption* tersebut maka menimbulkan pemaknaan *status* yang muncul di halaman utama atau *timeline* Path.

## 2. Deskripsi Pola 2: Ajang Eksistensi Diri

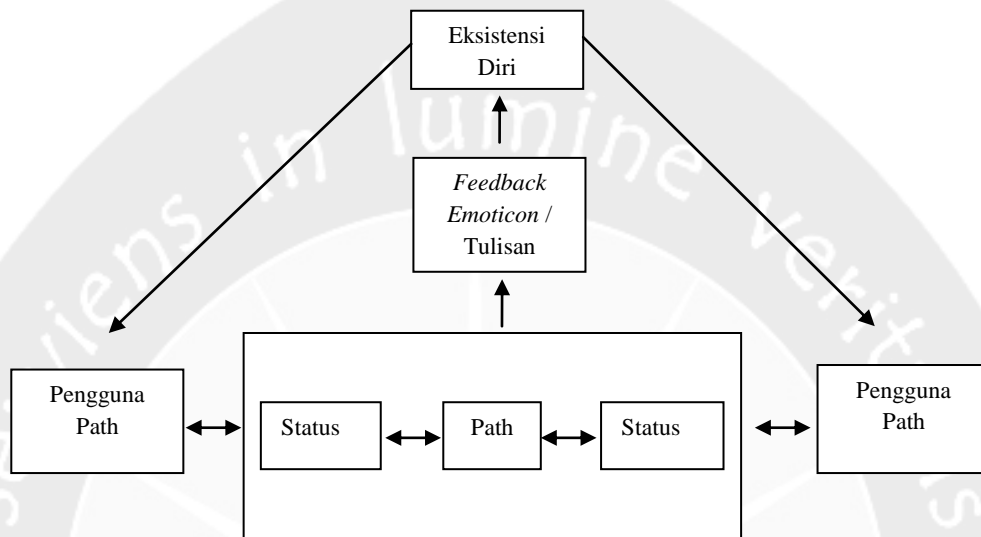
Pada deskripsi pola 2, peneliti menggunakan sub judul, yaitu Ajang Eksistensi Diri. Terdapat dua belah pihak yang melangsungkan komunikasi melalui Path dengan melakukan *posting* status agar dapat dilihat oleh pengguna Path lainnya. Hal tersebut didorong oleh rasa ingin eksis nya seorang pengguna Path di kalangan pengguna Path lainnya. Adapun gambar pola 2 dan penjelasan yang terkait dengan hasil temuan mengenai pola 2 dapat dilihat di bawah ini:





Kemudian peneliti mengembangkan pola aplikatif untuk melihat fenomena Path yang terletak pada bagian di bawah ini:

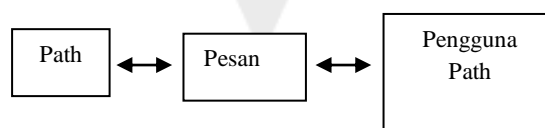
Gambar 3. Pengembangan *Mind Map* 2



Pola komunikasi aplikatif dari pola 2 di atas ingin menggambarkan bahwa komunikasi yang disampaikan menggambarkan eksistensi dari pengguna Path yang dilakukan melalui *postingan status* yang nantinya dapat dilakukan *feedback* ataupun melakukan *feedback* berupa *emoticon* atau tulisan. Kemudian eksistensi diri muncul pada pengguna Path karena mendapatkan *feedback* tersebut.

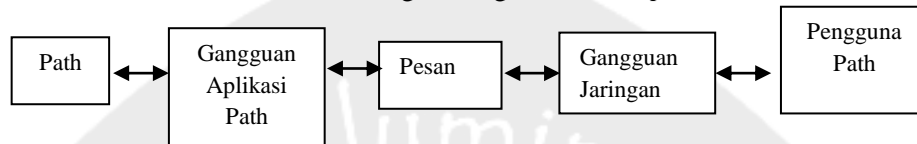
### 3. Deskripsi Pola 3: Fasilitas *Chat* di Path Sebagai Pilihan Alternatif

Pada deskripsi pola 3, peneliti menggunakan sub judul, yaitu Fasilitas *Chat* di Path Sebagai Pilihan Alternatif. Fasilitas yang telah disediakan oleh Path tersebut sebagai sarana dapat mengirimkan pesan yang dikirimkan maupun diterima oleh pengguna Path secara personal dan pribadi. Adapun gambar pola 3 dan penjelasan yang terkait dengan hasil temuan mengenai pola 3 dapat dilihat di bawah ini:



Kemudian peneliti melakukan pengembangan terhadap pola di atas menjadi pola aplikatif untuk melihat fenomena Path yang terletak pada bagan di bawah ini:

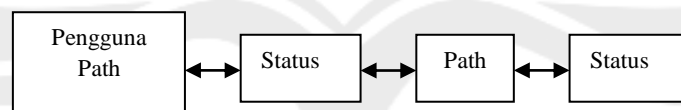
Gambar 4. Pengembangan *Mind Map* 3



Pengembangan pola aplikatif di atas menunjukkan bahwa Path juga memiliki kendala dalam operasionalnya untuk penyampaian pesan karena masalah teknis pada aplikasi itu sendiri. Sedangkan penyampaian pesan juga dapat menjadi gangguan bagi pengguna Path ketika jaringan *internet* juga berpengaruh dalam kelangsungan proses komunikasi dan menjadi hambatan.

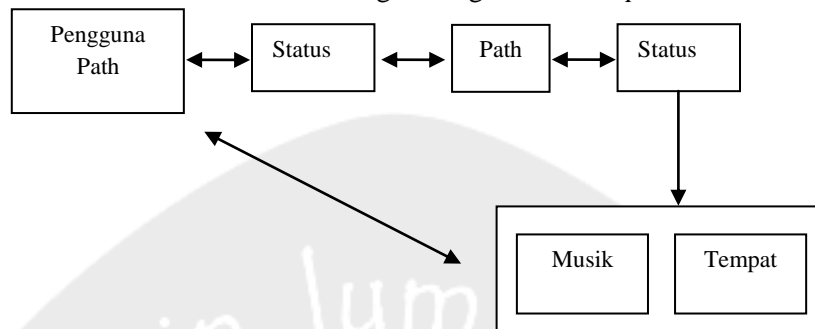
#### 4. Deskripsi Pola 4: Refrensi Tentang Informasi Tempat dan Musik

Pada deskripsi pola 4, peneliti menggunakan sub judul, yaitu Refrensi Tentang Informasi Tempat dan Musik. Pola ini menggambarkan pengguna path yang selain *memposting status* melalui Path, juga mendapatkan suatu informasi dengan melihat *status* yang diposting oleh pengguna Path lainnya. Dalam hal ini terkait dengan refrensi mengenai informasi tempat dan musik. Adapun gambar pola 4 dan penjelasan yang terkait dengan hasil temuan mengenai pola 4 dapat dilihat di bawah ini:



Kemudian peneliti melakukan pengembangan terhadap pola di atas menjadi pola aplikatif untuk melihat fenomena Path yang terletak pada bagan di halaman selanjutnya:

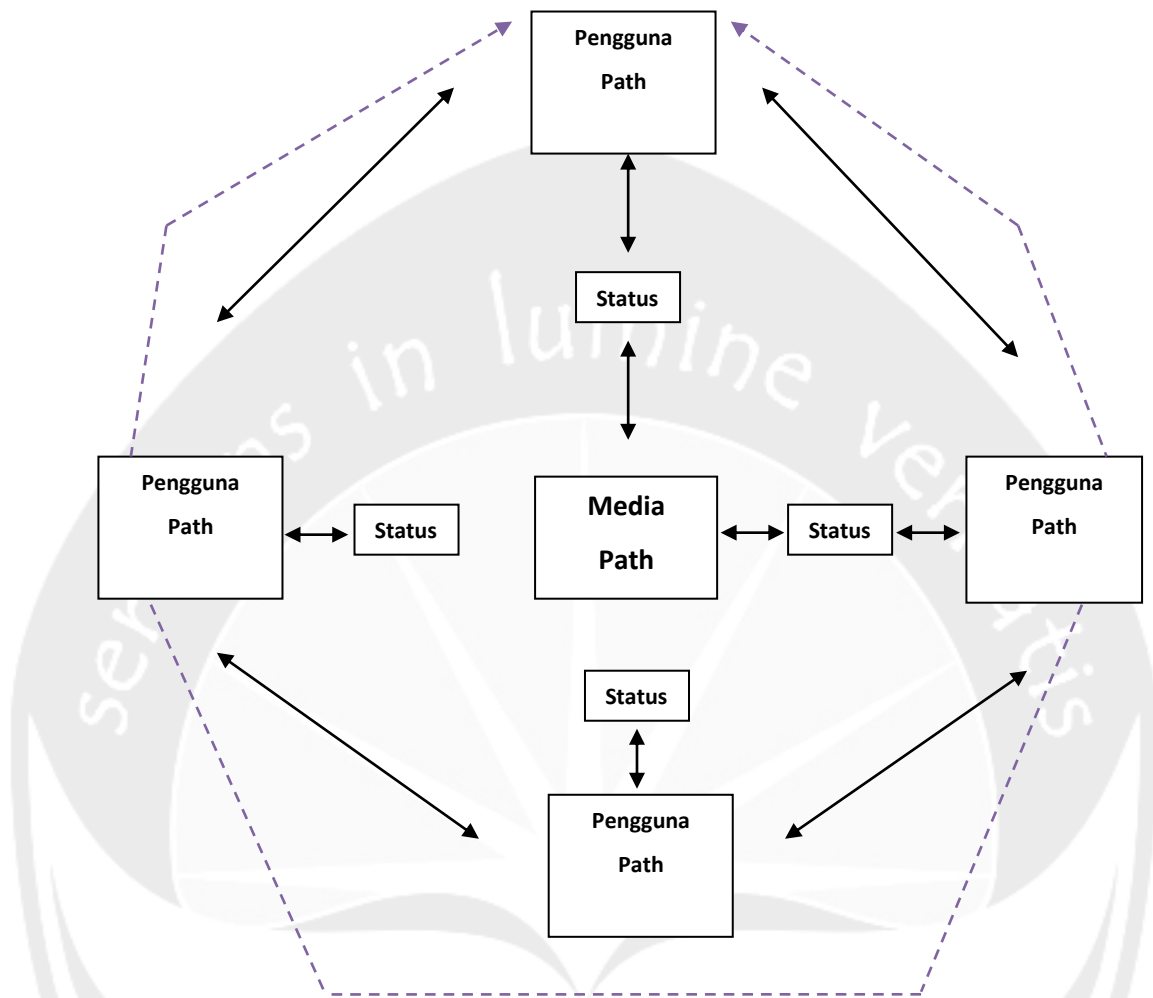
Gambar 5. Pengembangan *Mind Map* 4



Melalui pola komunikasi aplikatif yang digambarkan pada bagan di atas dapat dijelaskan bahwa pengguna Path tidak hanya melakukan *update* status melalui Path, namun juga melihat status-status dari pengguna Path lainnya. Dalam hal ini terkait dengan status mengenai suatu tempat serta musik. Sehingga status yang dilihat oleh pengguna Path menjadikan sebuah informasi baru untuk tidak menutup kemungkinan dapat dijadikan rujukan.

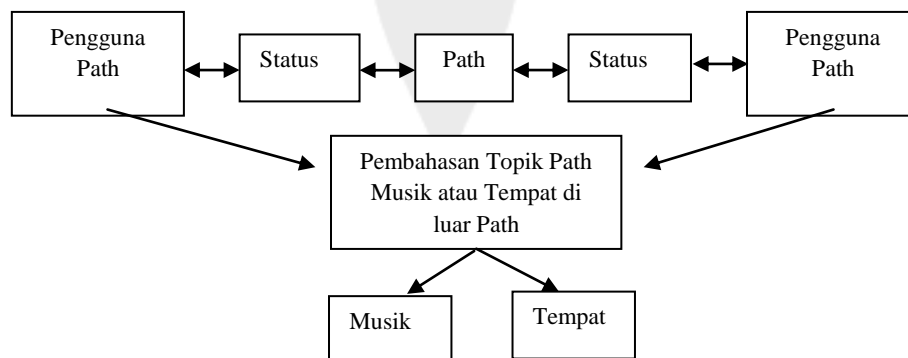
##### **5. Deskripsi Pola 5: Acuan Bahan Diskusi di Dunia Nyata**

Pada deskripsi pola 5, peneliti menggunakan sub judul, yaitu Acuan Bahan Diskusi di Dunia Nyata. Melalui *status* yang disampaikan seorang pengguna Path dengan pengguna Path lainnya melalui Path, interaksi tidak hanya berhenti sebatas dunia maya saja, namun juga dapat dilakukan pembahasan terkait hal yang disampaikan di Path ketika di dunia nyata sekalipun. Adapun gambar pola 5 dan penjelasan yang terkait dengan hasil temuan mengenai pola 5 dapat dilihat pada halaman selanjutnya.



Kemudian peneliti melakukan pengembangan terhadap pola di atas menjadi pola aplikatif untuk melihat fenomena Path yang terletak pada bagan di halaman selanjutnya:

Gambar 6. Pengembangan Mind Map 5



Pola komunikasi aplikatif ini merupakan spesifikasi dari pola komunikasi

5. Pengguna Path memposting *status* tempat atau musik. Kemudian terjadi pembahasan terkait topik tempat atau musik yang *diposting* di Path bersama pengguna Path lainnya.

#### **b. Analisis**

##### **1. Sosial Media Path Dalam Memaknai Pesan Melalui *Caption* dan Bahasa**

Peneliti menemukan adanya persamaan antara teori yang tertulis serta diangkat. Sub bab mengenai Sosial Media Path Dalam memaknai Pesan Melalui *Caption*, dan Bahasa dapat dikaitkan dengan Fungsi Komunikasi. Pertama mengenai fungsi komunikasi instrumental. Pada pola terkait hal ini yang telah dijabarkan di atas, ketika komunikasi disampaikan oleh pengguna Path yang bertindak sebagai komunikator menyampaikan pesannya, yaitu berupa *status*, dapat dilihat bahwa pesan yang disampaikan tersebut terkait dengan pembahasan yang ditulis berupa *caption*. Penggunaan bahasa dalam *caption* tersebut nantinya akan berpengaruh pada pemaknaan dari pesan yang disampaikan melalui sosial media Path. Maksud dari penjelasan ini terkait dengan fungsi komunikasi instrumental adalah bahwa komunikator memegang peran penting, karena sebagai instrumen, komunikasi tak hanya berperan sebagai penghubung suatu hubungan, melainkan juga menghancurkan hubungan (Mulyana, 2002, h. 30). Bahasa yang frontal dari contoh cuplikan FGD yang disampaikan oleh IC menyiratkan bahwa hal tersebut seolah ingin menghancurkan suatu hubungan. Sedangkan NA menyampaikan bahwa *status* yang disampaikan melalui Path juga mempengaruhi pemaknaan yang baik. Pernyataan kedua informan tersebut dapat dikaitkan juga tujuan komunikasi yang lainnya menurut Mulyana, bahwa komunikasi juga dapat bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi, dalam jangka

waktu pendek maupun panjang. Seperti halnya ketika jangka pendek dapat dicontohkan adalah adanya simpati, dan kesan baik.

Selain itu dapat dilihat dari cuplikan FGD yang disampaikan oleh informan pengguna Path lainnya adalah RA dan ED mengenai *caption*, memang dapat dilakukan agar memberikan informasi yang lebih jelas mengenai *status* yang *diposting*. Penyampaian *status* sebagai pesan yang disampaikan juga dapat dikaitkan dengan tujuan jangka panjang dari tujuan pribadi dan pekerjaan. Namun dalam hal ini, tujuan-tujuannya lebih cenderung kepada pribadi. Tujuan panjang tersebut diantaranya adalah diraih melalui keahlian komunikasi, misalkan berbahasa asing, maupun kecakapan menulis (Mulyana, 2002, h. 31). Pemaparan para informan tersebut mengenai *caption* dan bahasa juga nantinya berpengaruh pada pemaknaan yang akan muncul di halaman utama atau *timeline* Path. Sebab pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh para informan tersebut juga mempengaruhi Fungsi Komunikasi yang kedua, yaitu Fungsi Komunikasi Sosial. Bahwasanya Fungsi Komunikasi sosial adalah mengisyaratkan bahwa komunikasi itu salah satunya untuk membangun konsep diri (Mulyana, 2002,h.5). Penggunaan bahasa tulisan melalui *caption status* pun nantinya entah sadar atau tidak, ketika semakin sering melakukannya, tidak menutup kemungkinan menjadikan diri pengguna Path sebagai suatu pribadi yang berkarakter tertentu. Sehingga melalui penjabaran yang telah dikemukakan, maka bentuk komunikasi intrapribadi juga mempengaruhi pengguna Path, yaitu terkait dengan proses berpikir.

## 2. Sosial Media Path Sebagai Gratifikasi Bagi Khalayak Mencari Eksistensi Diri Atas *Feedback* yang Diperoleh

Eksistensi diri menurut kutipan *quote* dari filsuf Prancis Rene Descartes adalah *Cogito Ergo Sum* (“Saya berpikir, maka saya ada”) menjadi “Saya berbicara, maka saya ada” (Mulyana, 2002, h.12). Terdapat Fungsi Komunikasi yang terkait dengan analisis ini adalah

Fungsi Komunikasi sebagai Eksistensi Diri. Keberadaan tiap individu dalam berkehidupan mungkin tidak seluruhnya dapat diperhatikan. Maksudnya adalah manusia dituntut melakukan sosialisasi dalam hidup bermasyarakat, maka asumsinya adalah ketika manusia hanya berdiam diri, maka orang lain akan menganggap individu tersebut tidak eksis dan individu cenderung akan memperlihatkan keeksistensiannya melalui apa yang ia lakukan agar orang lain dapat memperhatikan keberadaannya.

Melalui pemaparan terkait dengan *feedback* yang diperoleh mempengaruhi eksistensi, dapat dilihat bahwa para informan, yaitu SA RA, FA, dan IC mengakui bahwa dengan menggunakan Path dapat menjadi pilihan bermedia untuk menunjang keeksistensian mereka melalui *status* yang mereka buat agar dapat menarik perhatian untuk diberikan *feedback* atau respon dari pengguna Path lainnya, entah mengenai pemikiran mereka, atau sesuatu yang mereka miliki yang kemudian disampaikan melalui *postingan* di Path. Hal ini juga terkait dengan pernyataan atas asumsi Teori *Uses and Gratification* yang mengemukakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu serta isi tertentu guna menghasilkan kepuasan atau suatu hasil tertentu dan juga adanya inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu yang ada pada khalayak (West and Turner, 2008, h.101). Salah satu yang menjadi kebanggaan selain mereka muncul di halaman utama atau *timeline* Path adalah ketika *feedback* atau respon dari pengguna Path lainnya dengan berupa *emoticon* atau *Repath*. Melalui respon tersebut mengindikasikan bahwa adanya penghargaan terhadap informan yang juga sebagai pengguna Path. Selain itu juga karena adanya persamaan pemikiran antara informan dengan pengguna Path lainnya mengenai *status* yang mereka *posting* dengan respon dari pengguna Path lainnya.

Kebutuhan yang biasanya dicari oleh khalayak dalam mengkonsumsi media menurut [www.aber.ac.uk](http://www.aber.ac.uk) dan poin sosial media menurut

Wright (1960) yang menyangkut pada poin analisis ini, antara lain adalah Identitas Personal, yaitu Menemukan berbagai nilai (*value*) personal, dan Hiburan, yaitu menyangkut rileksasi, kesenangan, pengalihan, dan pengisi waktu luang (McQuail, 2011, h.1007-108).

### 3. Sosial Media Path sebagai Penerapan Model Komunikasi Mengenai Fasilitas *Chat*

Steward L. Tubbs mengembangkan model komunikasi yang dinamai Model Tubbs. Model ini menjelaskan mengenai asumsi antara dua belah pihak antara komunikator dapat menjadi komunikan, dan juga sebaliknya (Mulyana, 2002, h.153). Melalui model komunikasi ini terdapat beberapa unsur, yaitu komunikator 1 yang juga dapat menjadi komunikan 2, pesan, saluran, gangguan, dan komunikator 2 yang sekaligus juga dapat menjadi komunikaan 1. Gangguan pada model Tubbs diistilahkan sebagai *interference* atau kegaduhan (*noise*).

Melalui Model Komunikasi Tubbs memperlihatkan bahwa sosial media Path sebagai saluran juga mempengaruhi proses komunikasi ini. Beberapa penjabaran yang telah disampaikan sebelumnya melalui cuplikan, dapat dilihat kembali bahwa penggunaan fasilitas *chat* di Path dipengaruhi oleh jaringan internet. Ketika para pengguna Path, yaitu RA dan SA mengklaim bahwa mereka jarang menggunakan fasilitas Path karena *trouble* dalam menyampaikan pesan, hal tersebut memperlihatkan gangguan atau *noise* yang terjadi yang dianggap sebagai masalah teknis yang disebabkan karena aplikasi yang bermasalah maupun masalah pada jaringan *internet*. Hal tersebut berakibat seperti yang SA sampaikan, bahwa ia lebih cenderung untuk menerima pesan yang berasal dari pengguna Path lainnya saja ketimbang untuk mengirimkan pesan melalui saluran tersebut, begitu juga dengan RA yang memilih media lain untuk solusi yang lebih baik dalam penyampaian pesan yang ingin ia sampaikan.



Sedangkan CA, IC, dan NA menganggap bahwa fasilitas *chat* pada Path merupakan suatu alternatif saluran yang mereka pilih untuk menyampaikan suatu hal melalui suatu pesan untuk mengurangi gangguan atau *noise* tersebut. Pasalnya, hal yang membuat mereka memilih dengan menggunakan fasilitas *chat* pada Path dikarenakan beberapa hal, yaitu ketika mereka tidak memiliki kontak teman mereka untuk dihubungi dari media lainnya, maka alternatif yang dapat diambil adalah melalui *chat* di Path. Selain itu alasan lainnya juga terkait dengan *privasi* yang didapatkan ketimbang membicarakan suatu hal di depan umum. Terkait dengan bentuk komunikasi, pada sub bab ini lebih cenderung pada komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi yang dilakukan antara dua belah pihak. Sehingga para pesertanya dapat menangkap reaksi yang disampaikan lawan bicara, baik verbal. Karena proses ini terlihat jelas terlihat ketika penyampaian pesan melalui fasilitas *chat* di Path yang menghubungkan antara pengguna Path yang satu dengan pengguna Path lainnya melalui pesan yang disampaikan.

#### 4. Sosial Media Path Sebagai Referensi Tentang Informasi Tempat dan Musik

Terdapat kebutuhan yang dicari oleh khalayak atau *audience* diantaranya adalah mengenai Informasi yang memiliki unsur yaitu:

1. Khalayak tersebut mencari tahu mengenai situasi yang relevan. mengenai wilayah ataupun lingkungan sekitar, pada masyarakat, maupun dunia.
2. Khalayak mencari saran tentang berbagai hal praktis atau opini dalam pengambilan keputusan.
3. Memuaskan rasa keingintahuan akan pengetahuan umum.

([www.aber.ac.uk](http://www.aber.ac.uk),n.d)

Kemudian dapat dikaitkan pula dengan poin kebutuhan yang dicari oleh khalayak atau *audience* serta Sosial Media mengenai hiburan yang telah dituliskan pada bab1, yaitu:

1. Menyediakan kesenangan, pengalihan, dan sebagai alat relaksasi
2. Mengurangi tekanan sosial (McQuail, 2011, h.107-108)
3. Rileksasi
4. Mengisi waktu luang dengan hal-hal yang disukai
5. Pelepasan emosional (www.aber.ac.uk,n.d)

Ketika gambar pola komunikasi yang sudah dikembangkan sebelumnya, dapat dijabarkan bahwa pengguna Path yang adalah informan melakukan *update status* melalui Path, yang juga melihat *status* yang diupdate oleh teman pengguna Path lainnya. Keduanya menyampaikan pesan mengenai *status* tempat maupun musik yang merupakan pesan utama. Kedua pesan utama tadi kemudian menjadi informasi yang didapatkan oleh masing-masing pengguna Path terkait tempat maupun musik. Melalui pesan tersebut, menjadikan pengguna Path mencari tahu informasi mengenai suatu tempat dan musik, dan hal tersebut menjadikan informan mendapatkan pengetahuan baru. Karena juga dapat dijadikan sebagai sarana hiburan, guna meningkatkan kesenangan, alat relaksasi, serta mengurangi tekanan sosial, tidak menutup kemungkinan untuk dapat mengambil keputusan untuk pergi ke suatu tempat tersebut ataupun juga mendengarkan kembali musik yang terkait dengan *status* pengguna Path lainnya dan kembali memposting mengenai musik yang didengarkan.

Sehingga pada poin analisis ini pula, terdapat bentuk komunikasi yang bisa dikaitkan, yaitu komunikasi antarpribadi.

#### 5. Path Sebagai Media Dalam Proses Interaksi Sosial

Peneliti mengaitkan pada kebutuhan yang dicari oleh khalayak dalam mengkonsumsi media, yaitu Integrasi dan Interaksi Sosial. Hal tersebut dapat dijabarkan mengenai beberapa poin yang juga ditemukan dalam FGD yang telah dilaksanakan, yaitu 1) Diperolehnya pengetahuan mengenai keadaan orang lain atau empati sosial. 2) Mengidentifikasi orang lain dan memperoleh rasa (*Sense*) memiliki ([www.aber.ac.uk](http://www.aber.ac.uk), n.d). Kedua poin ini terkait dengan apa yang disampaikan DE mengenai *status* musik atau lagu yang didengarkan pacarnya mempengaruhi pengetahuan mengenai sesuatu yang terjadi atau suatu keadaan tertentu atau empati sosial pada pacarnya yang juga pengguna Path. Tak berhenti hanya pada sekedar mengetahui keadaan yang sedang dialami, ketika hal tersebut terjadi, DE dapat juga masuk pada tahap di mana terjadi identifikasi terhadap pacarnya dan dapat merasakan (*Sense*) yang terjadi pada pacarnya. Kemudian karena beberapa hal yang terkait dengan dua poin di atas, maka DE mengambil sikap untuk menanyakan apa yang sedang terjadi ketika di dunia nyata, bukan di Path. Kemudian dapat dilihat juga dari cuplikan yang disampaikan FA dari FGD yang telah dilaksanakan. Status yang di buat FA mengenai *checkin* tempat juga dapat dikaitkan dengan kebutuhan yang dicari khalayak (*audience*), yaitu Integrasi dan Interaksi Sosial. Dalam hal ini, poin yang terkait adalah mengenai, 1)

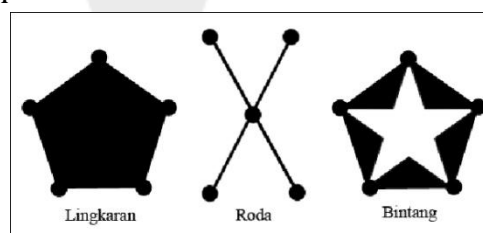
Membantu guna melaksanakan peran sosial dan 2) Adanya kemungkinan pada seseorang terhubung dengan keluarga, teman, maupun masyarakat (www.aber.ac.uk,n.d). Terbukti pada percakapan yang terlihat pada *Screen Shot Path* milik FA, di dalam *status checkin* tempat di *Coffee Shop* terdapat komentar salah satu teman FA mengenai tempat tersebut. Terkait pada poin pertama dari Integrasi dan Interaksi Sosial ini adalah ketika FA mengajak teman yang mengomentari *status* FA untuk bergabung dalam diskusi, dan terkait pada poin kedua, adalah ketika teman FA menanyakan dengan siapa diskusi tersebut, dan FA menyebutkan kedua temannya. Dari situ terlihat teman FA yang mengomentari *status* FA di Path memungkinkan dapat terhubung bersama teman FA yang sedang bersamanya di *coffee shop*. Poin mengenai Path sebagai Media Dalam Proses Interaksi Sosial ini dapat dikaitkan dengan bentuk komunikasi yang berupa komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok.

Menurut konseptualisasi komunikasi yang dijabarkan dalam buku Mulyana (2007, h.67), kelima sub bab pada analisis ini terkait dengan poin-poin mengenai komunikasi interaksi, seperti yang ditunjukkan dari sub bab Sosial Media Path Sebagai Gratifikasi Bagi Khalayak Mencari Eksistensi Diri Atas *Feedback* yang Diperoleh. Pemaparan dari hasil penelitian mengungkapkan bahwa dengan adanya *feedback* dari pengguna Path lainnya, maka hal tersebut menunjang rasa eksis pada diri mereka. Seperti yang dituliskan mengenai konseptualisasi ini, yaitu

memperlihatkan pandangan komunikasi yang merupakan interaksi yang menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi. Kemudian pada sub bab Sosial Media Path Sebagai Refrensi Tentang Informasi Tempat dan Musik dan Path Sebagai Media Dalam Proses Interaksi Sosial juga terkait dengan konseptualisasi komunikasi mengenai komunikasi interaksi. Seperti halnya yang disampaikan pada sub bab ini, yaitu bahwa interaksi yang ditimbulkan dapat saling mempengaruhi. Proses penyampaian pesan yang ada pada Path yaitu tempat dan musik, maka hal tersebut berakibat dapat dijadikannya refrensi bagi pengguna Path lainnya untuk mencoba, bahkan dapat mengidentifikasi apa yang terjadi orang lain dan memperoleh rasa (*sense*) atau empati sosial, seperti yang dijabarkan sebelumnya mengenai sebuah *status* tentang musik yang sedang didengarkan.

#### 6. Pola Komunikasi Sosial Media Path

Menurut buku Psikologi Komunikasi (Rakhmat, 1991, h. 162-163) menjabarkan pola komunikasi yang terdapat sejumlah lima macam, yaitu pola roda, pola rantai, pola Y, pola lingkaran, dan pola bintang. Namun pada penelitian ini ditemukan beberapa pola dari penjabaran Rakhmat, diantaranya adalah



Gambar 7 Jaringan Komunikasi

(Sumber: Rakhmat, 1991)

1. Sosial Media Path Dalam Memaknai Pesan Melalui *Caption*, dan Bahasa Pola komunikasi ini terkait dengan jaringan lingkaran seperti gambar di bawah ini.



Gambar 8 Jaringan Komunikasi Lingkaran  
(Sumber: Rakhmat, 1991)

Melalui komunikasi ini, informan menambahkan beberapa hal menyangkut *status* yang *diupdate* agar hal tersebut agar lebih jelas ketika muncul di halaman utama atau timeline *Path*. Dalam hal ini komunikator berkomunikasi tanpa ada pemimpin dan berlangsung pada pihak pengguna *Path* yang adalah informan dengan pengguna *Path* lainnya yang muncul di *timeline*.

2. Sosial Media Path Sebagai Gratifikasi Bagi Khalayak Mencari Eksistensi Diri Atas *Feedback* yang Diperoleh



Gambar 9 Jaringan Komunikasi Roda  
(Sumber: Rakhmat, 1991)

Karena dalam komunikasi ini, informan tampak ingin menjadi dominasi diantara pengguna *Path* lainnya. Sehingga dalam Jaringan Roda dapat dijelaskan bahwa informan adalah pemimpin dan merupakan pihak yang menjadi fokus perhatian.

### 3. Sosial Media Path sebagai Penerapan Model Komunikasi Mengenai Fasilitas *Chat*

Sub bab ini dapat dikaitkan dengan pola komunikasi atau jaringan yang cenderung pada jaringan lingkaran, yaitu ketika dua belah pihak pengguna Path adalah berlaku sebagai pengirim dan penerima pesan, komunikasi dilakukan secara satu maupun dua arah. Seperti yang digambarkan pada gambar 10.

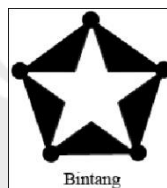


Gambar 10 Jaringan Komunikasi Lingkaran  
(Sumber: Rakhmat, 1991)

Ketika pesan yang disampaikan di *chat* Path saling berbalasan maka dapat dikatakan bahwa hal tersebut menjadi dua arah, sedang ketika pesan yang disampaikan sewaktu-waktu tidak menunjukkan responnya kembali maka hal tersebut dapat berubah menjadi satu arah.

### 4. Sosial Media Path Sebagai Refrensi Tentang Informasi Tempat dan Musik

Sub bab ini dapat dikaitkan dengan pola komunikasi atau jaringan yang cenderung pada jaringan Bintang. Seperti yang digambarkan di bawah ini.



Gambar 11 Jaringan Komunikasi Bintang  
(Sumber: Rakhmat, 1991)

Karena refrensi yang didapatkan oleh informan sebagai pengguna Path terkait tentang informasi tempat dan musik juga dari berbagai macam pengguna Path lainnya. Sehingga refrensi yang didapatkanpun juga beragam. Dapat dikatakan bahwa para pengguna Path dapat melakukan komunikasi serta interaksi satu dengan lainnya, dan tidak memiliki pemimpin.

## 5. Sosial Media Path Sebagai Landasan Dalam Proses Interaksi Sosial

Sub bab ini dapat dikaitkan dengan pola komunikasi atau jaringan yang cenderung pada jaringan Lingkaran. Seperti yang digambarkan di bawah ini.



Gambar 12 Jaringan Komunikasi Lingkaran  
(Sumber: Rakhmat, 1991)

Dapat diketahui ketika proses penyampaian *status* yang disampaikan melalui Path tak hanya sebatas pada komunikasi melalui dunia maya tersebut saja, melainkan tidak menutup kemungkinan akan ada interaksi kembali di luar Path, yaitu di dunia nyata dengan orang-orang disekitar yang juga merupakan teman di Path.

### 4. Kesimpulan

1. Sosial media Path dalam memaknai pesan melalui *caption*, dan bahasa memperlihatkan adanya pesan tambahan berupa sedikit penjelasan mengenai *status* yang diposting yang adalah *caption* dengan cara berbahasa pengguna Path yang beragam. Hal tersebut berpengaruh kepada pemaknaan terkait status. Kebiasaan untuk menulis *caption* dengan cara bahasa yang dilakukan cenderung berpengaruh kepada tujuan jangka pendek, yaitu kesan baik dan simpati. Serta jangka panjang, yaitu kecakapan dalam menulis, berbahasa asing, dan konsep diri.
2. Sosial media path sebagai gratifikasi bagi khalayak mencari eksistensi diri merupakan dasar atau landasan yang melatarbelakangi penggunaan Path ketika *Feedback* yang diperoleh



dari pengguna Path lainnya guna memperlihatkan keberadaan seorang individu dalam kehidupan sosial.

3. Fasilitas yang ada pada Path yaitu fasilitas *chat* dapat menjadi pilihan untuk menyampaikan pesan secara interpersonal, sehingga fasilitas tersebut membantu untuk menjadikan suatu pesan tetap privasi. Namun dilain hal fasilitas *chat* dihindari oleh pengguna Path dikarenakan permasalahan yang muncul yaitu masalah pada aplikasi Path sendiri serta gangguan jaringan *internet*.
4. Informasi tempat sebagai referensi untuk dikunjungi dan musik sebagai referensi untuk didengarkan. Hal keduanya selain menjadi informasi belaka, namun juga menjadi penghiburan ketika tempat dan musik yang dimaksudkan memunculkan kecocokan selera dari para pengguna Path.
5. Pengetahuan terhadap seseorang juga bisa didapatkan melalui *postingan* di Path, yaitu melalui *update status* mengenai musik yang sedang didengarkan. Kemudian terjadi pengembangan dari tahap sekedar tahu menjadi memperoleh rasa (*Sense*) dan memunculkan empati ketika terjadi interaksi di dunia nyata terkait latar belakang mengapa pengguna Path *memposting status* mengenai lagu yang sedang didengar. Interaksi sosial yang dimunculkan terkait suatu status, baik mengenai musik yang didengar maupun *checkin* tempat memungkinkan terhubung pada relasi sekitar, baik keluarga, teman, dan masyarakat sekalipun.

## 5. Daftar Pustaka

- Aber. (n.d). *Why do People Watch Television?.* Aber. Diakses dari: (<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/usegrat.html>) pada 6 Mei 2014.
- Amr. (2013). Mengenal Pendiri & CEO Path. *Techno Okezone*. Diakses dari: <http://techno.okezone.com/read/2013/11/12/363/895701/mengenal-pendiri-ceo-path> pada 22 Juli 2014.
- APJI. (2012). *Profil Pengguna Internet Indonesia*. APJI. Diakses dari: [http://www.apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil%20Internet%20Indonesia%202012%20\(INDONESIA\).pdf](http://www.apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil%20Internet%20Indonesia%202012%20(INDONESIA).pdf) pada 3 maret 2014.
- Briggs, A. & Burke, P. (2000). *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Diskominfo. (2013). *Manfaat Internet dan Pengaruhnya*. Diskominfo. Diakses dari: <http://diskominfo.jabarprov.go.id/manfaat-dan-resiko-internet/> pada 3 Maret 2014.
- Gunawan, F. (2013). Pola Perilaku Komunikasi dalam Game Online Audition AyoDance-Studi Etnografi pada Pemain Game Online AyoDance yang Kecanduan di Kota Malang. *Universitas Brawijaya Skripsi Tidak dipublikasikan*. Diakses dari: [www.academia.edu](http://www.academia.edu) pada 3 Maret 2014.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail's Mass Communication Theory (Buku1 Edisi6)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhammad, K. (2012). Perilaku Komunikasi Terpidana Kelompok Terorisme, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10, 117-133.
- Mulyana, D. (2002). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Mulyana, D. (2007). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA.

Priguna, S. (2012). *Path, Jejaring Sosial Baru yang Menyenangkan. Chip*. Diakses

dari: [http://chip.co.id/news/general/2690/path\\_jejaring\\_sosial\\_baru\\_yang\\_menyenangkan](http://chip.co.id/news/general/2690/path_jejaring_sosial_baru_yang_menyenangkan) pada 22 Juli 2014

Rakhmat, J. (1991). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Reza, D. (2014). *Masyarakat Digital Baru Di Indonesia Semakin Meingkat Tajam. Bixbux*. Diakses dari: <http://bixbux.com/masyarakat-digital-baru-di-indonesia-semakin-meningkat-tajam/> pada 2 Maret 2014

UNESCO. (n.d). *What do we mean by "youth"?. UNESCO*. Diakses dari: <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/youth/youth-definition/> pada 30 maret 2014.

West, R & Lynn, H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.